

## STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU NURUL FIKRI TULUNGAGUNG

### *Marketing Strategy Integrated Islamic Elementary School Nurul Fikri Tulungagung*

Supar

SMAN 1 Kauman Kab Tulungagung

Email: supar\_spd@yahoo.co.id

### ABSTRACT

*Integrated Islamic Elementary School (SDIT) has a new product that should be offered to the public SDIT Nurul Fikri Tulungagung very interested in the community, the number of students who enroll more and more, exceeding its capacity. This is the factor that is interesting to study how marketing strategies. One effective way of marketing is the model of kinship. In fact many new parents finally know and are interested in the institution as it gets references from friends, relatives or co-workers in the office. This qualitative research gets the data from the known, done, experienced and perceived by informants. JSIT curriculum Quran by rote, rote praying in everyday is a new product for the community. The fundamental requirement education service is preferred for example exemption or reduction of school fees, scholarships for achievement, health checks and consultations child development.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Barriers, products, networks.*

### ABSTRAK

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) mempunyai produk baru yang harus ditawarkan pada masyarakat SDIT Nurul Fikri Tulungagung sangat diminati masyarakat, jumlah murid yang mendaftar semakin banyak, melebihi dayaampungnya. Inilah faktor yang menarik untuk diteliti, bagaimana strategi pemasarannya. Salah satu cara marketing yang efektif adalah dengan model kekerabatan. Kenyataannya banyak wali murid baru akhirnya kenal dan tertarik dengan lembaga karena mendapat referensi dari teman, saudara atau rekan kerja di kantor. Penelitian kualitatif ini mendapat data dari yang diketahui, dilakukan, dialami dan dirasakan oleh informan. Kurikulum JSIT dengan hafalan Al Qur'an, hafalan doa - doa keseharian merupakan produk baru bagi masyarakat. Pelayanan kebutuhan mendasar pendidikan sangat diutamakan misalnya pembebasan atau keringanan biaya sekolah, beasiswa anak berprestasi, pemeriksaan kesehatan dan konsultasi perkembangan anak.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran, Hambatan, Produk, jaringan.

### PENDAHULUAN

Pendidikan adalah suatu proses pembentukan kepribadian yang mandiri dalam suatu masyarakat sampai terbentuk suatu budaya yang beradab Sekolah Dasar (SD) adalah bagian dari pendidikan dasar yang ditempuh selama enam tahun, oleh pemerintah sudah banyak disediakan hampir di setiap desa lebih dari satu SD Negeri. Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) mempunyai produk baru yang harus ditawarkan pada masyarakat sehingga masyarakat tertarik dengan

pendidikan yang didasarkan pada prinsip-prinsip tauhid dan tarbiyah serta model terpadu. Royan M. (2007:254) berpendapat bahwa setiap produk baru hendaknya memiliki kemasan yang menjual selain melakukan setting segmentasi, *targeting* dan *positioning* produk terhadap pasar pesaing, kemudian menentukan harga produk apakah diatas pesaing atau lebih rendah dari pesaing, serta merancang saluran distribusi yang tepat adalah persiapan agar sebaran produk mencapai maksimal sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Sekolah sebagai lembaga

penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk semakin meningkatkan kepuasan pelanggan, karena pendidikan merupakan proses yang sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan.

Setiap lembaga atau perusahaan untuk menghadapi perdagangan bebas kini harus mengubah strategi pemasarannya salah satunya berorientasi pada bagaimana membangun perusahaan atau lembaga yang kuat (Sudirman, 2012). Pemasaran berkembang dengan pesat dan memahami perilaku konsumen menjadi salah satu strategi dalam keberhasilan memasarkan produk (Oktavia, 2009). SDIT menunjukkan perbedaan tersebut, dengan mengembangkan jaringan dan strategi pemasaran yang baru. Apabila produsen tidak mampu memasarkan produksinya, disebabkan karena mutunya tidak disenangi oleh konsumen, tidak memberikan nilai tambah, layanan tidak memuaskan, maka produk jasa yang ditawarkan tidak akan laku, sehingga sekolah ditiup karena ketidakmampuan para pengelolanya.

SDIT secara historis di Indonesia merupakan pengembangan dari Jaringan Sekolah Islam Terpadu (JSIT) yaitu sekolah yang di harapkan menjadi alternatif perbaikan pendidikan sekolah dasar dan menengah sejak pertengahan tahun 2000. SDIT Nurul Fikri Tulungagung berdiri tahun 2003 dibawah yayasan Pelita Umat. SDIT Nurul Fikri Tulungagung sangat diminati masyarakat terbukti dari jumlah murid yang mendaftar semakin banyak bahkan melebihi daya tampungnya. Inilah salah satu faktor yang menarik untuk diteliti, bagaimana strategi pemasarannya sehingga mampu menarik perhatian masyarakat.

SDIT Nurul Fikri Tulungagung mempunyai murid dari berbagai kecamatan wilayah Tulungagung, tidak hanya dari desa kedungwaru kecamatan kedungwaru saja. Diantaranya kecamatan Sumbergempol, kecamatan Kauman dan yang paling jauh kecamatan Pagerwojo berjarak kurang lebih dua puluh kilometer dari sekolah. Untuk

memfasilitasi murid yang jauh sekolah menyediakan kendaraan antar jemput. Prestasi yang pernah diraih oleh SDIT Nurul Fikri (NUFI) diantaranya juara olimpiade IPS tingkat kabupaten, juara menghafal juz 'ama tingkat kabupaten, juara menghafal Al Qur'an tingkat kabupaten. Pembiasaan SDIT Nurul Fikri setiap hari sebelum memulai pelajaran adalah membaca Al-Qur'an. Selain itu harus hafal Do'a dalam kehidupan sehari-hari karena memang dipraktekkan pada saat masuk masjid, sebelum dan sesudah makan mendoakan orangtua sehabis sholat, do'a selum dan bangun tidur serta do'a-do'a lainnya.

Fungsi pemasaran pada organisasi yang berorientasi pada laba (Perusahaan) dengan organisasi nirlaba (Sekolah) Sangat berbeda. Perbedaan yang nyata terdapat pada organisasi dalam memperoleh sumber dana yang dibutuhkan untuk melakukan berbagai aktivitas perusahaan, memperoleh modal pertamanya dari para investor atau pemegang saham. Jika perusahaan telah beroperasi, dana operasional perusahaan terutama dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Sebaliknya organisasi nirlaba (Sekolah) memperoleh dana dari sumbangan para donator atau lembaga induk yang tidak mengharapkan apapun dari organisasi tersebut (Wijaya, 2008:49). SDIT Nurul Fikri Tulungagung melakukan kerjasama dengan lembaga-lembaga besar sebagai donator diantaranya, Lembaga Manajemen Infaq (LMI), Yayasan Dana Sosial Al Falah (YDSF), *World Assembly Moeslem Youth* (WAMI) dan lembaga-lembaga serta donatur lainnya yang semuanya tidak mengikat dan tidak mempengaruhi sistem yang berlaku disekolah.

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan dan jenis penelitian

Penelitian tentang Strategi Pemasaran (SDIT) Nurul Fikri termasuk penelitian kualitatif karena data-data diskriptif

terungkap dari apa yang diketahui, dilakukan, dialami dan dirasakan oleh masing-masing informan. Penelitian kualitatif memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (1) bersifat diskriptif (2) menganalisis data secara induktif (3) lebih memperhatikan proses dari pada hasil (4) peneliti merupakan instrumen kunci.

Peneliti mendikripsikan secara jelas dan mengungkap secara mendalam tentang aspek-aspek strategi pemasaran (SDIT) Nurul Fikri Tulungagung dengan apa adanya, karena bertujuan untuk mendiskripsikan strategi pemasaran yang dihadapi, sekarang perlu mengumpulkan data-data atau informasi untuk disusun, dijelaskan dan dianalisis. Penelitian ini tidak disertakan hipotesis dan tidak harus di uji menggunakan analisis statistik.

### **Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian**

Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Nurul Fikri Tulungagung yang berlokasi di desa Kedungwaru kecamatan Kedungwaru kabupaten Tulungagung atau Jalan Dr. Wahidin Sudirohusodo Gang Masjid Ali No. 4-7 Tulungagung. Sekolah ini berdekatan dengan Rumah Sakit Umum Dr. Iskhak Tulungagung, yang merupakan lokasi strategis sehingga memudahkan memasang publikasi. Selain itu juga anak-anak karyawan rumah sakit banyak yang disekolahkan di sini. Sekolah ini layak untuk diteliti karena mampu bersaing dengan sekolah dasar negeri yang semuanya serba gratis dan sekolah Islam lain yang sudah berdiri lebih lama. Kenyataan yang dialami oleh (SDIT) Nurul Fikri muridnya terus bertambah sampai melebihi kuota dan sering mendapat juara dalam berbagai lomba dan kejuaraan. Kemampuan bersaing di tengah kota dengan sekolah yang sudah senior inilah yang menarik untuk diteliti.

### **Data dan sumber data**

Menurut Moleong (2006:157) dan Basrowi & Suwandi (2008:169) sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berarti dapat di artikan sumber data dalam penelitian kualitatif dapat dikelompokkan ada tiga, yaitu manusianya, faktor lingkungan atau suasana yang diamati dan dokumen yang dimiliki. Berdasarkan pendapat diatas maka peneliti terjun sendiri ke lokasi dan mewawancarai narasumber dan mengambil dokumen untuk memperkuat data penelitian.

### **Teknik pengumpulan data**

Setelah mendapatkan surat ijin penelitian, langkah-langkah teknis yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut :

- **wawancara**

Wawancara atau interview pada prinsipnya salah satu usaha untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam dari sumber yang relevan berupa pendapat, pengalaman, kesan, pikiran dan sebagainya. Langkah-langkah wawancara yang digunakan dalam penelitian ini antara lain ; membuat panduan wawancara, membuat kesepakatan bertemu sumber data dan melakukan wawancara dengan sumber data.

Data yang ingin digali melalui wawancara ini meliputi: strategi pemasaran (*marketing*), yang didalamnya meliputi rencana pemasaran, desain pemasaran, kompetitif pemasaran, strategi pemasaran sekolah, pemasaran obral diskon dan garansi dalam sekolah, strategi penawaran produk baru dan kendala atau hambatan apa yang di alami Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Nurul Fikri. Sumber data dalam wawancara ini adalah kepala sekolah, satu orang guru, dan ketua yayasan.

Teknik wawancara dengan membuat pedoman wawancara kemudian mengadakan

wawancara dengan sumber utama kepala sekolah kemudian dilanjutkan wawancara dengan guru dan karyawan dengan tujuan data yang di dapat semakin akurat. Wawancara dilakukan di Sekolah SDIT Nurul Fikri Tulungagung, setelah membuat kesepakatan yang mengacu pada jadwal penelitian. Berikutnya peneliti membuat catatan hasil wawancara dengan perekaman wawancara berupa transkrip wawancara.

- **Studi dokumen**

Studi dokumen dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk menemukan bukti fisik yang disampaikan informan pada saat diwawancarai. Basrowi & Suwandi (2008:158) berpendapat studi dokumen merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.

- **Obsevasi**

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan peneliti untuk mengamati kegiatan sekolah sehari-hari secara alami yang dilakukan kepala sekolah, salah seorang guru, ketua yayasan. Dalam upaya memasarkan sekolah. Menurut Ngali Purwanto dalam Basrowi (2008:93) observasi adalah metode atau cara-cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat dan mengamati individu atau kelompok secara langsung.

Jadi yang dilakukan peneliti adalah obesvasi partisipasi dimana penelliti ikut aktif dalam kegiatan di sekolah tersebut, selama lebih dari tiga minggu pengamat terjun langsung dalam kesehariannya karena pengamat termasuk wali murid, sehingga data yang diperoleh semakin obyektif. Observasi yang dilakukan peneliti mengamati kinerja guru-guru dalam melaksanakan tugas keseharian, kedatangan, aktifitas, kepulangan, dan apabila cukup waktu ide kreatif yang

diciptakan oleh kepala sekolah, guru dan karyawan SDIT Nurul Fikri Tulungagung. Selanjutnya peneliti juga akan mengamati pembiasaan yang dilakukan oleh siswa-siswi diantaranya pembiasaan doa-doa keseharian, pembiasaan membaca Al-Qur'an sebelum dimulai pelajaran, melaksanakan sholat dhuha dan sholat dhuhur berjamaah.

### **Teknik analisa data**

Analisis data adalah proses pengorganisasian dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan urutan dasar sehingga sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong,2006).

Analisis merupakan usaha (proses) memilih, memilah, membuang, menggolongkan data untuk menjawab dua permasalahan pokok yaitu : (1) tema apa yang dapat ditemukan pada data-data ini dan (2) berapa jumlah data ini dapat menyokong tema tersebut (Basrowi & Suwandi, 2008). Proses penarikan intisari dari data-data yang telah terkumpul dalam bentuk pernyataan kalimat yang tepat dan memiliki makna yang jelas. Penarikan kesimpulan bisa diawali dari dengan kesimpulan tentative yang masih perlu disempurnakan.

### **Teknik keabsahan data**

Uji keabsahan data bertujuan untuk meningkatkan kualitas penelitian. Untuk menguji keabsahan data yang dikumpulkan, ada beberapa langkah yang dilakukan peneliti diantaranya :

- penelitian ini dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, ketekunan dalam pengamatan, penerapan teknik triangulasi. Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti tinggal dilokasi penelitian sampai mencapai kejenuhan dalam pengumpulan data tercapai (Ghony A, 2012:320). Melalui perpanjangan

pengamatan sampai anak lulus SD, maka diharapkan peneliti disini tidak hanya bermaksud memperoleh informasi yang mendalam, namun kemungkinan masih dijumpai adanya informasi yang kurang sempurna atau kurang lengkap sesuai dengan rumusan masalah penelitian.

- Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui alat dan waktu yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal ini dapat dicapai melalui: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara (2) membandingkan apa yang dikatakan kepala sekolah tentang strategi pemasaran SDIT Nurul Fikri dengan apa yang dikatakan salah seorang guru, dan juga apa yang dikatakan ketua yayasan (3) membandingkan keadaan perspektif seseorang dengan berbagai pandangan orang sebagai rakyat biasa (4) membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan (Ghony A, F, 2012:322).

Trianggulasi dalam penelitian ini membandingkan sumber data utama kepala Sekolah dengan sumber data kedua guru dan selanjutnya dengan sumber data ke tiga ketua yayasan. Trianggulasi ini diharapkan akan memperoleh data yang benar-benar obyektif. Obyektifitas data semakin kuat ketika di dukung dengan dokumen yang tersedia dan sesuai dengan fenomena yang dijumpai di lapangan

- Ketekunan atau keajekan pengamatan berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan dan tentatif (Ghony M.D & Almanshur F, 2012:321). Dengan ketekunan ini hasil penelitian dilaporkan seteliti dan secermat mungkin yang menggambarkan konteks tempat

penelitian yaitu (SDIT) Nurul Fikri Tulungagung diselenggarakan dengan mengacu pada focus penelitian “Strategi Pemasaran dan kendala atau hambatan yang di hadapi SDIT Nurul Fikri Tulungagung”. Dengan uraian rinci ini terungkap segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pembaca agar dapat memahami temuan-temuan yang diperoleh dalam penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strategi Pemasaran SDIT Nurul Fikri Tulungagung

#### Rencana Pemasaran

Pengalaman informan menjadi kepala sekolah mulai merintis sampai sudah dikenal masyarakat, adalah harus bisa memanfaatkan peluang dari seluruh potensi yang ada termasuk SDM, SDA, dan seluruh jaringan yang dimiliki oleh sekolah agar posisi dan keberadaan sekolah semakin diperhitungkan, semakin bermanfaat di tengah masyarakat yang kompetitif. Selain itu membentuk dan mengoptimalkan jaringan adalah langkah yang tepat dan tidak boleh ditinggalkan. Saat ini barang siapa bisa membentuk jaringan maka kesuksesan lebih mudah dicapai. Berikut ini penuturan informan:

“Jangan sampai lupa memanfaatkan jaringan kekerabatan misalnya, putra putri pengurus yaysan, putra putri guru dan karyawan, dan mereka wajib mencari murid untuk membesarkan sekoalah. Memanfaatkan jaringan kelembagaan misalnya, memprioritaskan lulusan TKIT Nurul Fikri secara otomatis menjadi siswa SDIT Nurul Fikri”. (W.A. 2 september 2014).

Segala penuturan informan diatas dalam hal memanfaatkan jaringan mendapat dukungan dari berbagai pihak, antara lain dari

para guru pengajar. Informan kedua ini adalah seorang guru bahasa Arab, sosok seorang laki-laki berusia 49 tahun menjadi guru di NUFI sudah sembilan tahun sejak sekolah ini berdiri. Sampai saat ini informan masih menjadi imam tetap di masjid Ali bi Abitholib yaitu masjid di lingkungan SDIT NUFI, selanjutnya di kenal dengan W.G. W.G seorang ayah dengan enam orang anak ketika ditanya tentang persiapan strategi pemasaran SDIT NUFI menyatakan persiapan pemasaran yang dilakukan hanya membentuk panitia. Para anggota panitia ini selanjutnya bekerja sesuai dengan tupoksinya ditambah kreatifitasnya yang dapat meningkatkan optimalisasi persiapan mendapatkan siswa baru.

Mereka di lingkungan rumah maupun masyarakat memiliki kelompok kegiatan sosial keagamaan yang secara rutin beraktifitas. Kegiatan rutin ini merupakan salah sarana mempromosikan keberadaan SDIT NUFI tanpa menmgilangkan atau mengurangi makna kegiatan sosial keagamaan tersebut. Kegiatan sosial keagamaan tersebut antara lain jama'ah yasin yang secara bergilir bersilaturahmi ke rumah para anggotanya, dan biasanya juga mengundang tetangga para anggota tersebut. Berikut paparan dari informan tersebut :

Memanfaatkan kelompok yasinan di lingkungan pengurus yayasan, di lingkungan masing-masing guru dan di lingkungan karyawan.( W.G, 4 September 2014 ).

Pengalaman W.G ini sebagai informan dinilai sangat cerdas dalam mencari murid dalam rangka membesarkan sekolah, dengan cara memanfaatkan jaringan yang sudah ada atau membuar jaringan baru. Kegiatan yasin di lingkungan tidak semata-mata bermuatan religi, tetapi diberi muatan sosial pendidikan sepanjang tidak mengubah makna dan fungsi yasin itu sendiri. Jama'ah yasin ini salah alat komunikasi menjalin silaturahmi mencari

solusi berbagai masalah, termasuk masalah pendidikan. Kata kuncinya adalah keyakinan bahwa orang yang berpendidikan dan berilmu akan mendapatkan derajat lebih tinggi baik di dunia maupun di hadapan Allah. Untuk berilmu salah satu jalan yang dapat ditempuh adalah melalui pendidikan formal.

Menjalin silaturahmi tanpa batas membuka peluang mendapatkan banyak hal demi keberlangsungan hidup suatu lembaga. Dengan niatan yang tulus ikhlas demi masa depan anak didik, masa depan dunia sekaligus masa depan akherat. Beberapa lembaga senantiasa diajak kerjasama, seperti yang dituturkan informan berikut ini :

Bekerjasama dengan lembaga-lembaga lain untuk mencari murid, pengadaan sarana prasarana termasuk pembangunan gedung, biaya operasional sekolah dan pembinaan guru serta anak muridnya. Diantaranya dengan *Woerld Assembly Moeslem Youth* (WAMY), Yayasan Dana Sosial Al-Falah (YDSF), Lembaga Manajemen Infaq (LMI), Bulan Sabit Merah Indonesia (BSMI) dan lembaga-lembaga lain yang sifatnya tidak mengikat ( W. Y, 6 September 2014 ).

Pendapat diatas berbeda dengan teori yang mengatakan : Tim pemasaran akan bekerja sepanjang tahun dengan tugas memasarkan produk sekolah, meyakinkan para pelanggan dan mencari siswa sesuai kebutuhan,( Mulyana, 2012: 306). Berdasarkan data diatas SDIT NUFI yang bekerja meyakinkan masyarakat dan mencari siswa terus menerus sepanjang tahun adalah jaringan – jaringan yang sudah tertata rapi. Disinilah tantangan yang harus dihadapi dengan menampilkan hal-hal yang baru berupa revolusioner dalam berfikir, bertindak dan pelayanan pembelajaran.

## Desain Pemasaran (Penawaran Produk)

Panitia penerimaan murid baru, harus mengerti betul apa yang dikehendaki masyarakat tentang sekolah. Sekolah harus mempunyai produk baru yang layak dipasarkan kepada wali murid sehingga menjadi daya tarik tersendiri. Asumsi sekolah adalah jika anak banyak hafalan Al Quran otomatis mudah belajar pelajaran yang lain. Produk ini terus ditumbuhkembangkan dan dipublikasikan sampai SDIT NUFI menjadi daya tarik masyarakat. Masyarakat diharapkan secara perlahan-lahan tapi pasti memberi apresiasi berupa *trade mark*. Berikut ini penuturan informan:

“Produk yang ditawarkan SDIT NUFI berbeda dengan SD Negeri, SDIT NUFI mentarjekan: kelas satu sampai dengan kelas tiga anak hafal doa sehari-hari dan dilaksanakan, misal doa pada orang tua, doa sebelum dan sesudah makan, doa mau tidur dan banguntidur, dan doa-doa lainnya.hafal Al Qr'an juz tigapuluh atau *juz amma*. Kelas empat sampai dengan kelas enam target kelas satu sampai kelas tiga ditambah hafalan ayat-ayat pilihan dan surat-surat pilihan, misalnya ayat kursi, ayat-ayat yerakhir surat Al Baqorah, Surat Yasin, surat Al Anfal, surat Al Mulk, sholat lima waktu tanpa diperintah , sudah menjadi kesadaran masing-masing siswa. Kecakapan lain yang dimiliki anak bisa dan mau membantu pekerjaan rumah yang biasa dikerjakan orang tua misalnya, mencuci piring sendiri sehabis makan dan bisa mencuci/menyetrika pakaian sendiri. Lulus 100% dengan nilai baik”. (W.A. 2 september 2014) .

Data hasil wawancara diatas oleh SDIT NUFI dianggap sebagai produk baru karena mempunyai perbedaan dengan sekolah dasar pada umumnya. Data diatas diperkuat oleh hasil observasi peneliti tentang pelaksanaan

hafalan doa-doa (lam.3), hafalan juz amma (lamp.4) dan praktek sholat dalam kehidupan sehari-hari (lamp.5). Hal senada dikuatkan dengan teori, dalam mendesain kurikulumnya sekolah mampu merekayasa dengan lebih menantang ,( Mulyana, 2012: 13).

Mencermati dan menganalisis hasil wawancara di atas diperlukan usaha yang sangat kuat agar kelangsungan lembaga pendidikan SDIT NUFI semakin diakui oleh masyarakat. Diperlukan keberanian untuk berbeda dengan lembaga pendidikan yang lain. Masyarakat semakin cerdas memilih pendidikan formal bagi para putra-putrinya. Masyarakat nampaknya semakin jenuh dengan hal-hal yang berbau *konvensional*. Mereka menginginkan pendidikan yang paripurna, artinya dalam satu lembaga mendapatkan ilmu umum sekaligus ilmu agama.

## Kompetitif Pemasaran

Mengenai sekolah kompetitor informan W.A yang beralamat di desa Rejoagung kecamatan Kedungwaru ini tidak terlalu membebani dirinya karena pada dasarnya sekolah lain harus juga besar, tetapi NUFI harus tetap memberi pelayanan yang terbaik. Lebih jauh informan yang lain menyatakan bahwa sekolah dasar negeri bebas biaya, sekolah dasar berlatar belakang Islam juga banyak, meskipun mereka merupakan kompetitor yang perlu diperhatikan, tetapi karena SDIT NUFI mempunyai ciri khas tersendiri maka kompetitor tersebut dijadikan motivator. Adanya SD yang bertindak sebagai kompetitor tetapi disikapi sebagai motivator mengandung maksud agar lembaga ini senantiasa berbenah diri dan meningkatkan kualitas. Jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh para pengelola merupakan modal agar SD NuFi tetap mampu bersaing dalam pelayanan dan prestasi. Berikut penuturan informan :

“Sekolah yang berlatar belakang Islam memang banyak, di kecamatan Kedungwaru ada 3 sekolah, tetapi yang masuk Jaringan Sekolah Islam Terpadu (JSIT) hanya Nurul Fikri, pelaksanaan kurikulum (JSIT) dikontrol dari (JSIT) Nasional sehingga mutu bisa terawasi. Biaya sekolah di (NuFi) sangat terjangkau, dan (NuFi) punya pangsa pasar tersendiri, tetapi (NuFi) tetap memberi pelayanan yang terbaik terkait dengan kesiapan (SDM) guru-guru dan kinerja karyawan semuanya”. (W. A. 2 September 2014) .

Kurikulum JSIT secara nasional merupakan jaminan atas kualitas SDIT NUFU. Para Alumnus SDIT NUFU dapat melanjutkan ke sekolah berbasis Islam lainnya di seluruh Indonesia asalkan tetap dalam kelompok anggota JSIT. Inilah peluang yang ditawarkan oleh SDIT NUFU yang mungkin tidak dimiliki oleh SD Islam lain. Di tempat yang barupun para siswa mendapatkan pelayanan yang standar.

Sekolah menjadi maju jika didukung oleh SDM yang mumpuni dibidang intelektual, spiritual dan kejiwaan. Informan W. A merekrut SDM dengan sangat selektif dan apa bila sudah terima menjadi guru atau karyawan NUFU harus di fasilitasi dengan kebutuhan mendasar mereka. Berikut ini penuturan informan:

“Ketersediaan SDM guru semuanya harus sarjana, bisa membaca Al Quran dan wajib mengikuti pembinaan seminggu sekali. Bagi Guru hafid/ hafidhoh selain mengikuti pembinaan seminggu sekali juga harus menguasai teknologi informasi (IT). Untuk karyawan wajib mengikuti pembinaan seminggu sekali juga harus menguasai teknologi informasi (IT). Untuk mempertahankan kualitas SDM guru dan karyawan tiap hari wajib membaca

Al-Quran”. (W.A. 2 september 2014) .

Pendapat diatas dikuatkan dengan teori faktor-faktor menyusun perencanaan sekolah, Menyusun marketing plan ada 2 faktor yang dapat kita pakai landasan (1) Faktor internal adalah, iklim sekolah,kekuatan sumber daya manusia yang dimiliki sekolah, system manajemen sekolah , kekuatan sekolah , kualitas sekolah, dan karakter sekolah (2) Faktor selera pelanggan, kebijakan pemerintah, pesaing, daya beli wali murid,( Mulyana, 2012: 15). Pendapat yang sama juga disampaikan, Sumber daya manusia disekolah, selain piawai dalam mengajar didepan kelas, maka SDM yang dimiliki sekolah juga harus menjepit bola dengan cepat dan tepat,(Mulyana, 2012: 12).

### **Pemasaran Model Obral Diskon dan Garansi**

Lebih jauh peneliti bertanya mengenai fasilitas yang diberikan pada siswa, karena fasilitas sekolah sangat berpengaruh dalam pembelajaran. Menurut informan fasilitas yang diberikan adalah fasilitas yang wajar dan mendasar karena di sekolah dasar negeri semuanya sudah gratis dan nyaman. Berdasarkan penuturan dari guru bahasa arab yang sudah hafal Al Quran 5 juz ini, sekolah juga banyak membri fasilitas kepada siswa. Fasilitas yang di berikan bisa berupa sarana pembelajaran dan pelayanan pembelajaran. Sekolah NUFU saat ini mengutamakan pelayanan pembelajaran. Seperti penuturan informan berikut:

“Fasilitas yang diberikan pada ana-anak , Pembebasan biaya bagi anak yatim, Memberi beasiswa pada anak berprestasi kemudian mempublikasikan pada masyarakat, pemeriksaan kesehatan oleh para Dokter tiap tiga bulan sekali, disediakan jasa antar jemput bagi siswa yang berdomisili jauh dari sekolah”. (W.A. 2 september 2014) .



Teori yang mengatakan pendapat informan diatas adalah: Salah satu cara untuk menarik simpati pelanggan atau wali murid, sekolah perlu memberikan jaminan kepada wali murid.( Mulyana 2012:319). Jaminan dapat diwujudkan dalam bentuk garansi, anyara lain (1) dijamin naik kelas (2) setelah belajar enam tahun dijamin lulus (3) sakit disekolah biaya pengobatan ditanggung sekolah (4) pendampingan khusus anak pindah dari luarnegeri.

Semua fasilitas tersebut berasal dari amal usaha para pengelola lembaga bekerjasama dengan donatur yang sudah terbentuk melalui network. Mengandalkan kemandirian rasanya kurang optimal, maka berkolaborasi dengan para sukarelawan dermawan. Keyakinan yang selalu dibangun adalah dengan manajemen yang bagus, kerja cerdas, ikhlas dan inovatif selalu ada jalan menuju ke arah kesuksesan .

### Strategi Penawaran Produk

Menjelang tahun pelajaran baru, saat sekolah mencari murid baru maka kepala sekolah memanfaatkan seluruh *setakeholder* agar semuanya bergerilya untuk mendapatkan peserta didik lebih dahulu, termasuk memasang sepanduk di tempat-tempat setrategis dan menyebarkan brosur ke TK terdekat. Sekolah lain belum bergerak kami sudah mulai , ibaratnya orang lain masih duduk, kami sudah berjalan, yang lain berjalan kami sudah berlari, sementara orang lain berlari kami sudah selesai. Sekolah ini di harapkan menjadi pilihan masyarakat, karena sebelumnya masyarakat itu harus mengenal lebih jauh terhadap sekolah tersebut. Untuk mengenalkan sekolah kepada masyarakat dibutuhkan kerja keras panitia, tidak hanya memanfaatkan dan membuat jaringan baru tetapi juga mengiklankannya. Media yang dimanfaatkan beraneka ragam, mulai media cetak, media social maupun audio yang ada

di masyarakat, khususnya di sekitar sekolah. Berikut ini penuturan informan:

“Memasang sepanduk tapi tidak banyak, membuat brosur sekedarnya dan memasang iklan di radio untuk melengkapi sarana publikasi”. (W.A. 2 september 2014) .

Hasil wawan cara diatas Sedikit tidak sejalan dengan teori yang mengatakan, Sekolah yang tidak mampu menguasai publikasi dengan baik maka sekolah tersebut akan dapat dengan mudah dikalahkan dengan sekolah lain,(Mulyana 2012:321).

Seribu satu macam cara bisa di kerjakan untuk mencari murid baru sampai *kuota* kebutuhan murid SDIT NUFU terpenuhi. Tempat pendaftaran, waktu pendaftaran dan pelayanan pendaftaran sangat diperhatikan oleh kepala sekolah sebagai penanggung jawab mati hidupnya lembaga. Berikut ini penuturan informan:

“Membuka pendaftaran diawal waktu jika *kuota* sudah terpenuhi pendaftaran ditutup”. (W.A. 2 september 2014) .

Menurut keterangan dari W.G. selalu menjadi panitia dalam penerimaan siswa baru, SDIT NUFU memang mengutamakan dari TKIT dengan alasan tidak perlu diadakan kelas Khusus untuk penyesuaian engan kurikulum JSIT, Berikut ini penuturan informan:

“Memanfaatkan jaringan kelembagaan misalnya, memprioritaskan lulusan TKIT Nurul Fikri secara otomatis menjadi siswa SDIT Nurul Fikri”. (W.G. 4 september 2014) .

Lainlagi yang disampaikan informan W.Y, sebagai ketua yayasan beliau memaksimalkan kekerabatan dalam merekrut murid baru. Cara ini memang jitu karena

informasi dari banyak orang lebih meyakinkan, Berikut ini penuturan informan:

“Memanfaatkan kekerabatan misalnya, putra putri pengurus yaysan, putra putri guru dan karyawan , dan mereka wajib mencari murid untuk membesarkan sekoalah. “. (W.Y. 6 september 2014).

Pendapat informan W.Y didukung dengan teori yang mengatakan, Kenyataannya banyak wali murid baru akhirnya kenal dan tertarik dengan lembaga sekolah karena mendapat referensidari teman, saudara atau rekan kerja di kantor,(Mulyana 2012:321).

Kegiatan penerimaan siswa baru dilakukan oleh panitia yang terdiri atas pendidik dan tenaga kependidikan yang ada. Pengalaman informan menjadi guru di SDIT NUFI, sekaligus menjadi panitia penerimaan siswa baru mendukung pernyataan informan di atas. Memang benar jika ingin mendapatkan pengakuan masyarakat maka harus melakukan pelayanan prima, layaknya seorang pedagang, pembeli adalah raja maka harus mendapatkan pelayanan yang bagus. Sekolah adalah lembaga penyedia jasa layanan public, maka jika tidak ingin ditinggalkan oleh masyarakat maka seluruh civitas akademika menunjukkan sikap dan sifat yang senantiasa mengundang masyarakat untuk datang.

### **Hambatan yang di alami SDIT NUFI**

Setiap tindakan baik yang dilakukan oleh lembaga atau pribadi tidak bisa lepas dari yang namanya hambatan. Hambatan tersebut datangnya dari berbagai segi, internal maupun eksternal. Secara garis besar ada tiga hal pokok yang dihadapi oleh SDIT NuFi dalam rangka memasarkan kepada masyarakat. Ketiga hal tersebut adalah masalah yang berhubungan dengan sarana dan prasarana, kurikulum dan Sumber Daya Manusia sebagai

pengelola lembaga. Segi sarana dan prasarana serta pendanaan sering kali menjadi kendala yang dihadapi oleh lembaga ini. Kendati demikian sebagai kepala sekolah yang bertanggung jawab terhadap kelangsungan hidup lembaga tidak henti-hentinya berusaha agar kendala ini dapat diselesaikan, seperti penuturan informan berikut ini :

“Kekurangan sarana dan prasarana diselesaikan dengan menjalin kerjasama yang baik dengan para donatur baik wali murid atau lembaga lain. Selain itu mendapat fasilitas dari Dinas Pendidikan dan Kebudayaan kabupaten berupa Bantuan Operasional Sekolah(BOS)”. ( W.A, 2 Sempتمبر 2014 ).

Informasi yang sama juga disampaikan oleh guru dan ketua yayasan. Begitu pentingnya sarana dan prasarana bagi keberlangsungan hidup lembaga, maka semua pihak ikut bertanggung jawab terhadap penggalan serta pengelolaannya. Tentunya efektifitas serta efisiensi penggunaan dana menjadi suatu hal yang tidak boleh ditinggalkan. Semuanya mengarah kepada pelaksanaan pembelajaran beserta pendukungnya, termasuk adopsi kurikulum.

Kurikulum SDIT NUFI secara nasional mengadopsi JSIT, sehingga perlu adaptasi dari TK menuju SD. Bagi alumnus TKIT tidak menjadi masalah tetapi yang berasal dari TK selain TKIT hal ini menjadi masalah tersendiri, seperti penuturan informan berikut ini :

“Penyesuaian kurikulum dari Taman Kanak-Kanak (TK) umum ke kurikulum SDIT Penyelesaiannya: Menambah jam tatap muka untuk materi khusus kurikulum SDIT misalnya, Bahasa Arab. Baca Tulis Alquran (BTA), hafalan Al quran dan praktek doa-doa keseharian”. ( W.A, 2 Sempتمبر 2014 ).

Pola asuh siswa yang berkilat ke pondok pesantren tentu memerlukan sarana prasarana yang berbeda dengan SD konvensional. Mulai dari sarana yang berupa fisik, maupun SDM. Sarana fisik secara bertahap melengkapi dengan asrama. Masjid di sekolah adalah kebutuhan primer, sehingga masjid ada di tengah-tengah lokasi. Masjid menjadi sentra kegiatan. Pengadaan dan pemeliharaan sarana fisik memerlukan pendanaan yang cukup besar. Sumber pendanaan jelas tidak bisa mengandalkan dari pemerintah, karena lembaga ini adalah swasta. Untuk mengatasi segala kendala diperlukan kualitas sumber daya manusia yang handal. Ditangan para pengelola yang berkinerja tinggi, penuh kreatifitas, penuh keiklasan, dedikasi tinggi dan berjiwa wirausaha maka lembaga ini akan eksis ditengah-tengah kompetisi yang semakin sengit dan ketat. Namun demikian dalam hal SDM, lembaga SDIT NUFI juga tidak luput dari kendala, seperti penuturan informan berikut :

“Ketersediaan sumber daya manusia (SDM) yang memenuhi standart kurikulum SDIT ( hafid & hafidhoh untuk program hafalan Al quran) Penyelesaiannya : Guru diwajibkan mengikuti program hafalan Al Quran dan pembinaan khusus seminggu sekali. Bekerjasama dengan pondok pesantren untuk ketersediaan hafid & hafidhoh”.  
( W.A, 2 Sempember 2014 ).

Adanya SDM dengan kualifikasi diatas sangat menunjang keunggulan SDIT NUFI. Satu lagi yang tidak boleh ditinggalkan adalah kesejahteraan para pengelola. Inilah tantangan yang dihadapi oleh manager dalam hal ini adalah kepala sekolah. Dibutuhkan seorang pemimpin yang benar-benar berjiwa enterpreneur.

### Temuan -Temuan

- Pola asuh peserta didik mengadopsi pola asuh yang dilakukan oleh pondok pesantren. Pola ini menuntut para pengelola memiliki kompetensi yang berbeda bahkan lebih unggul dari sekadar kompetensi guru.
- Adanya jaringan atau *network* dalam segala kegiatan pengelolaan di lembaga, mulai dari penerimaan peserta didik baru, pendanaan, pembelajaran sampai dengan pelayanan yang mendukung kelangsungan hidup dan kualitas SDIT NUFI.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

- Strategi Pemasaran SDIT Nurul Fikri Tulungagung menggunakan:
  - Strategi pemasaran SDIT NUFI tidak membentuk tim pemasaran khusus seperti halnya tim pemasaran pada perusahaan secara umum tetapi hanya membentuk panitia penerimaan peserta didik baru( PPDB ).
  - Semakin banyak jaringan yang bisa dimanfaatkan semakin banyak tokoh atau lembaga yang bisa mendukung secara maksimal tentang perkembangan dan kemajuan SDIT NUFI.
  - Di Tulungagung banyak SD yang besar berlatar belakang Islam, tetapi hanya SDIT NUFI yang masuk jaringan JSIT . Kurikulum JSIT dengan hafalan Al Qur'an, hafalan doa - doa keseharian merupakan produk baru bagi masyarakat.
  - Pelayanan pendidikan diutamakan pada pelayanan kebutuhan mendasar pada anak bukan hanya sekedar kebutuhan sarana dan prasarana, misalnya pembebasan atau keringanan biaya sekolah, beasiswa

- anak berprestasi, pemeriksaan kesehatan dan konsultasi perkembangan anak.
- Publikasi dibuat hanya sebagai pendukung sosialisasi pada masyarakat, tetapi sosialisasi kepada masyarakat lebih mengutamakan pada kekerabatan, pemanfaatan jaringan dan memanfaatkan siswa berprestasi karena sifatnya terus menerus.
  - Hambatan yang dialami SDIT Nurul Fikri
    - Penyesuaian kurikulum TK umum dengan kurikulum JSIT sehingga sekolah harus memfasilitasi kelas khusus untuk penyesuaian.
    - Kesulitan mencari SDM hafid dan hafidhoh apalagi SDM yang hafid dan hafidhoh sekaligus memiliki kemampuan IT, maka sekolah bersama dengan yayasan bekerjasama dengan lembaga lain memfasilitasi, memberi pelatihan IT dan memonitor (*memutaba'ah*) secara terus-menerus.
    - Kekurangan sarana bermain bagi anak-anak dan lapangan untuk melakukan upacara bendera, sehingga sekolah tidak bisa upacara bendera hanya diadakan apel pagi, kemudian untuk berolahraga sekolah harus membawa anak mencari lapangan terdekat agar bisa berolahraga dengan baik.

## Saran

Agar lembaga SDIT NUFI Tulungagung bisa bertahan dan terus berkembang dalam menjalankan fungsinya sebagai pelayan masyarakat di bidang pendidikan dasar maka :

- Kekuatan jaringan harus dimanfaatkan maksimal, karena lembaga yang besar perlu kerjasama dengan lembaga lain,

perlu dukungan para tokoh, dan perlu pengakuan masyarakat luas.

- Kualitas produk dan variasi produk perlu ditingkatkan karena menyangkut kebutuhan mendasar bagi masyarakat dalam memilih sekolah dasar.
- Pelayanan kelas khusus atau kelas penyesuaian kurikulum JSIT diupayakan sebelum kelas normal dimulai agar tidak terjadi kesenjangan terlalu jauh didalam kelas.
- Penyediaan kualitas SDM secara umum perlu penanganan khusus selain hafid / hafidhoh yang memiliki kemampuan IT, begitu juga kerjasama yang kuat, rasa saling memiliki dan keikhlasan yang tinggi bisa menjadikan lembaga lebih bermanfaat bagi masyarakat luas .

## DAFTAR PUSTAKA

- Akdon (2007). *Strategic Managenent For Educational Management*. Alfabeta. **Bandung**.
- Al-Qordhawi Yusuf (2007). *Manajemen Wakyu Seorang Muslim*. **Surakarta: Ziyat Books**.
- Artati, R.Y, 2007, *Evaluasi Strtegi Pemasaran pada lembaga Bimbingan Belajar Primagama cabang Sutoyo Semarang*, Tesis. Program magister Manajemen **Universitas Diponegoro Semarang**.
- Basrowi dan Suwardi (2008). *Mamahami Penelitian Kualitatif*. **Jakarta: Rineka Cipta**.
- Effendy Y.A dan Kunto S,Y(20130. Pengaruh Costumer Value Proporsition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Comsumer Pack Premium Baru Bogasari. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol.1 No.2, 1-8. **Surabaya**.
- Fazri A (2009). Mengukur Jumlah Paparan TVC yang Efektif Biayanya **untuk** Menimbulkan Dampak Attention, Interest, Desire, dan Action pada konsumen di Kota Jambi. *Jurnal*

- Manajemen Pemasaran Moderen*. Vol. 1 No. 1 . **Jambi**
- Fisk P (2009). *Marketing Genius*. PT. Gramedia. **Jakarta**
- Ghony M. D & Almanshur F (2012). *Metode penelitian kualitataif*. Ar-ruzz Media. **Jogjakarta**.
- Handoko,Tanoto,2002 *Formulasi Strategi Pemasaran Pelumas REpsol pada PT. Sukabumi Traiding Coy Jateng*,Tesis. Program magister Manajemen **Universitas Diponegoro**.
- Kerin A, R & Hartly S, W & Rudelius W (2004) *Marketing The Core*, The Me Graw-Hill Companies. **New York**.
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*, Alih Bahasa Hendra Teguh,SE, AKT (ed, Ronny A. Rusli, SE. AKT), **Jakarta**.
- Moleong J Lexy (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. **Bandung: Remaja Rosdakarya**.
- Muhadjir N (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin. **Yogjakarta**.
- Muhaimin, Suti'ah, Prabowo Sugeng L (2011). *Manajemen Sekolah Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/maderasah*. **Jakarta: Prenada Media Group**.
- Mulyana AZ (2012). *Reformation Marketing Sekolah*. Bening Pustaka. **Surabaya**.
- Octavi A (2009). *Gaya Hidup dan Prilaku Pembelian Emas Putih di kota Jambi*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Moderen*. Vol. 1 No. 1 . **Jambi**.
- Rohiat (2009). *Manajemen Sekolah Teori Dasar dan Praktek*. **Bandung: Refika Aditama**.
- Royan M. Faris (2007). *Smart Launching New Product*. **Jakarta: Gramedia**.
- Santoso Ippho R (2012). *Tujuh keajaiban Rejeki*. **Jakarta : Gramedia**.
- Sistianto,2003, *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran*, Tesis. Program magister Manajemen **Universitas Diponegoro**.
- Sudirman (2012). *Strategi pemasaran Pulsa Elektrik Pada PT XL Axiata TBK Makasar*. *Jurnal Socioscientia Kopertis Wilayah XI Kalimantan*. Vol. 2, No. 1
- Tauhidi Dawud (2007). *The Tarbiyah Project*. Institute for Learning & Development.
- Utami S.S & Samuel H & Karina R & Brahmana (2013). *Analisis Pengruh Trust dan Commitment Terhadap Kepuasan dan loyalitas Pelanggan CV. Sumber Jaya Sakti Tarakan*. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.1 **No.2, 1-9. Surabaya**.
- Widharta P.W & Sugiharto S (2013). *Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai*. *Manajemen Pemasaran Petra* Vol.2 No. 1, 1-5. **Surabaya**.